

**PEMASARAN PAYUNG LUKIS NGUDI RAHAYU  
DI DESA TANJUNG KECAMATAN JUWIRING**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I  
pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu  
Pendidikan**

**Oleh:  
ROSIANA TRI JAYANTI  
A210170012**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PEMASARAN PAYUNG LUKIS NGUDI RAHAYU DI DESA TANJUNG KECAMATAN**  
**JUWIRING**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh:

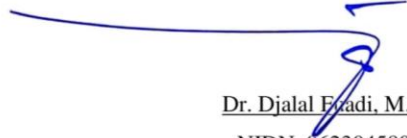
**ROSIANA TRI JAYANTI**

**A210170012**

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Surakarta, 12 Oktober 2021

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long horizontal stroke followed by a loop and a vertical line.

Dr. Djalal Firdi, M.M.

NIDN. 0623045801

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PEMASARAN PAYUNG LUKIS NGUDI RAHAYU DI DESA TANJUNG**  
**KECAMATAN JUWIRING**




oleh:

**ROSIANA TRI JAYANTI**

**A210170012**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada Selasa, 02 November 2021  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Djalal Fuadi, M.M. (  )  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Sapta Mei Budiyanto, M.Pd (  )  
(Anggota I Dewan Penguji )
3. Dhany Efita Sari, S.Pd., M.Pd (  )  
(Anggota II Dewan Penguji)

Surakarta, 02 November 2021  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Dekan,



Prof. Dr. Sutama, M.Pd  
NIDN. 0007016002

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 12 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan



Rosiana Tri Jayanti

A210170012

## **PEMASARAN PAYUNG LUKIS NGUDI RAHAYU DI DESA TANJUNG KECAMATAN JUWIRING**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengrajin Payung Lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring, kendala yang dihadapi pengrajin dan usaha untuk mengatasinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 3 orang, 1 pemilik usaha kerajinan dan 2 tenaga kerja. Validitas data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengrajin payung lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring telah menerapkan strategi pemasaran dengan bauran pemasaran 7P. Kendala pemasaran yang dihadapi pengrajin yaitu sulitnya mencari bahan baku, sumber daya manusia yang terbatas, kendala cuaca yang tidak menentu dan kesulitan dalam merangkai sanggan serta pemasaran. Usaha untuk mengatasi yaitu melakukan efisiensi bahan baku, mencari tenaga kerja, menunggu cuaca yang tepat untuk mengeringkan dan mengukur bambu sebelum dipotong serta belajar menggunakan teknologi. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi bauran pemasaran dari segi bahan baku dan produktifitas usaha kerajinan.

**Kata Kunci:** bauran pemasaran 7P, kendala, kerajinan payung lukis, usaha

### **Abstract**

This study aims to describe the marketing strategy applied by the craftsmen of Payung Lukis Ngudi Rahayu in Tanjung Village, Juwiring District, the obstacles faced by the craftsmen and the efforts to overcome them. This study used a qualitative approach with a qualitative descriptive research design. The data collection techniques used interview techniques, observation and documentation. The source persons in this study consisted of 3 persons, they are the owner and 2 workers of the craft business. The validity of the data used was source triangulation and method triangulation. Whereas the data analysis technique used reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that the craftsmen of painting umbrella Ngudi Rahayu in Tanjung Village, Juwiring District had implemented a marketing strategy with a 7P marketing mix. Marketing constraints faced by craftsmen are the difficulty of finding raw materials, limited human resources, erratic weather constraints and difficulties in assembling supports and marketing. Efforts to overcome are making efficiency in raw materials, looking for workers, waiting for the right weather to dry and measure bamboo before cutting and learning to use technology. For further researchers, this research is expected to examine more deeply about the marketing mix strategy in terms of raw materials and productivity of the handicraft business.

**Keyword :** effort, 7P marketing mix, obstacle, umbrella painting craft

## **1. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diberbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha mikro, kecil dan menengah berangkat dari industry keluarga atau rumahan. Dengan demikian, konsumennya pun berasal dari kalangan menengah kebawah. Salah satu sentra usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kerajinan yang sudah ada sejak jaman kolonial Belanda sampai sekarang adalah kerajinan payung di kecamatan Juwiring. Juwiring merupakan kecamatan yang menjadi sentra kerajinan payung hias tradisional. Salah satu masterpiece di Juwiring adalah kerajinan payung hias yang beraneka ragam. Kerajinan payung lukis Ngudi Rahayu memiliki berbagai macam kerajinan payung hias, yang memadukan unsur budaya lokal dan trend masa kini. Berbagai motif, corak, bentuk, ukuran dan model pun bisa dibuat dengan terampil dan indah.

Pertumbuhan UMKM dinilai masih banyak yang kurang dalam strategi pemasaran sebab masih banyak UMKM yang tidak sanggup bersaing di dunia bisnis yang lebih luas lagi serta tidak tidak sering sebagian UMKM tidak tidak berubah-ubah serta tidak dapat bertahan lama dalam menjalankan usahanya. Pelakon UMKM wajib mempunyai strategi pemasaran yang memiliki supaya senantiasa dapat bertahan di dunia bisnis. Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis. Pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran dengan pihak-pihak yang berkepentingan di perusahaan. Menurut Kotler (2019) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran.

Indonesia sudah lama menjadi negara dengan banyak wilayah iklim yang subur mendukung pertumbuhan berbagai tanaman. Manfaat tumbuhan sebagai bahan baku pembuatan kerajinan tangan bahkan dari benda yang paling

sederhana. Kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Salah satunya kerajinan-kerajinan yang dihasilkan oleh masyarakat Juwiring yaitu payung lukis. Payung merupakan alat pelindung dari hujan dan panas.

Realita yang telah menggambarkan bahwa usaha kerajinan terutama yang berskala mikro dan kecil mengalami berbagai permasalahan dalam menerapkan strategi pemasaran. Permasalahan yang timbul baik dalam maupun dari luar negeri menyangkut masalah produk, proses, promosi, dan bahan baku. Hal tersebut juga terjadi dalam usaha kerajinan payung lukis di kecamatan Juwiring. Permasalahan yang terjadi adalah inovasi produk yang masih kurang, bahan baku, proses dan promosi yang dilakukan sangat minim. Permasalahan yang ada perlu untuk segera diminimalisir melalui berbagai usaha yang mungkin dapat diterapkan. Strategi pemasaran merupakan salah satu wujud langkah nyata yang dapat ditempuh untuk meminimalisir kekurangan dengan memanfaatkan peluang yang ada dan menggunakan kelebihan untuk mengantisipasi ancaman sehingga nantinya dapat mengembangkan usaha kerajinan payung lukis. Strategi pemasaran yang baik tentunya akan dapat meningkatkan penjualan. Terobosan baru sangatlah dibutuhkan bagi peningkatan usaha, baik dari segi produk, harga, promosi, maupun distribusi.

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengrajin Payung Lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring; apa kendala yang dihadapi pengrajin; dan bagaimana usaha para pengrajin untuk mengatasi kendala yang dihadapi tersebut. Tujuan penelitian: 1) untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengrajin Payung Lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring; 2) untuk mendeskripsikan kendala yang dihadapi pengrajin; 3) untuk mendeskripsikan usaha para pengrajin untuk mengatasi kendala tersebut.

## **2. METODE**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Desain penelitian ini adalah menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Tempat penelitian yang

digunakan dalam penelitian ini yaitu di Dusun Gumantar, Desa Tanjung, Kecamatan Juwiring, Kabupaten Klaten. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2021 sampai bulan September. Obyek dari penelitian ini adalah pemasaran kerajinan payung lukis, kendala yang dihadapi pengrajin dan usaha mengatasi kendala tersebut. Adapun subyek penelitian adalah 1 orang pemilik usaha payung dan 2 orang tenaga kerja. Data dalam penelitian ini Strategi Pemasaran yang diterapkan, kendala pengrajin, dan usaha. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dan wawancara. Dalam penelitian ini ada tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan jenis triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data interaktif (Harsono, 2019).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Pengrajin Payung Lukis Ngudi Rahayu Di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring**

Pemasaran merupakan kegiatan pertukaran barang atau jasa dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran memiliki peranan penting dalam sebuah bisnis, maka dari itu pemasaran perlu dilakukan secara tepat dan efisien.

**Tabel 1. Hasil Temuan Penelitian Terkait Strategi Pemasaran yang di Terapkan di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring**

| Strategi Pemasaran  |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk, yang dijual di kerajinan payung lukis meliputi payung tari payung kematian, payung manten, payung tari, payung keraton, payung panas hujan, payung keraton, payung kirab dan lain-lain. Sedangkan ukuran payung ada 3 yaitu kecil, sedang dan besar. Menentukan produk yang akan dijual dilihat dari segi produk, variasi, desain dan brand seperti pembuatan payung lukis sesuai dengan pesanan konsumen dan kebutuhan yang diinginkan. Payung lukis Ngudi Rahayu ini memiliki keunikan mulai dari bahan, corak, hingga warna. Motif payung lukis</li> </ol> |



terdiri dari motif bunga-bunga, polos dan lain-lain. Bahan yang dipilihnya dengan kualitas yang baik.

2. Harga, masing-masing payung lukis tidak sama tergantung pada harga bahan baku, tingkat kesulitan dan tingkat seni. Untuk payung ukuran kecil seharga Rp. 25.000, payung yang ukuran sedang seharga Rp. 65.000 dan payung yang berukuran besar seharga Rp. 1.000.000.
3. Proses, waktu yang dibutuhkan dalam pembuatan payung lukis ini kurang lebih 1 minggu. Tergantung ukuran payung nya besar atau kecilnya.
4. Orang, mencari tenaga kerja baru

### **3.2 Kendala Yang Dihadapi Pengrajin Payung Lukis Di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring**

**Tabel 2. Hasil Temuan Penelitian Terkait Kendala Yang Dihadapi Pengrajin Payung Lukis Di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring**

| <b>Kendala Pengrajin</b> |   |
|--------------------------|---|
| 1.                       | Bahan Baku, untuk payung lukis sulit didapatkan karena mendapatkan langsung dari lereng gunung merapi   |
| 2.                       | Sumber manusia, berkurang karena kebanyakan pengrajin sudah tua.  |
| 3.                       | Proses, pembuatan kerangka payung membutuhkan ketelitian untuk meraangkai sanggan. Sedangkan untuk proses melukis kendalanya hanya pada saat mengeringkan payung dan kendala pada saat melukis payung membutuhkan bantuan sinar matahari. |
| 4.                       | Pemasaran, tempat industri yang begitu jauh dari kota dan kurangnya pemahaman mengenai promosi yang efektif.  |

### 3.3 Usaha Untuk Mengatasi Kendala Yang Dihadapi Pengrajin

**Table 3. Hasil Temuan Penelitian Terkait Usaha Untuk Mengatasi Kendala Pengrajin Payung Lukis Di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring**

| Usaha Pengrajin  |
|--|
| 1. Melakukan efisiensi bahan baku dan mengambil bahan jeruji seadanya dari pengrajin tanpa menunggu pesanan banyak.  |
| 2. Mencari tenaga kerja baru   |
| 3. Mengukur bambu sebelum dipotong dan menggambar angka 8 sebelum merangkai sangkan serta factor cuaca   |
| 4. Faktor cuaca mempengaruhi proses pengeringan lukisan. Jika tidak ada panas payung dikeringkan di dalam ruangan. Jika ada panas payung dikeringkan diluar. |

### 3.4 Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengrajin Payung Lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring

Berdasarkan temuan peneliti dilapangan, diperoleh hasil bahwa strategi pemasaran yang diterapkan di usaha kerajinan payung lukis ini menggunakan strategi bauran pemasaran 7P. Adapun hasil temuan peneliti dilapangan mengenai strategi pemasaran yang diterapkan di usaha kerajinan payung lukis yaitu strategi bauran pemasaran 7P yang akan dijelaskan dibawah ini :

Pertama, yaitu produk/ *product* dari payung lukis. Adapun produk yang dihasilkan pengrajin payung lukis di Desa Tanjung beragam diantaranya payung keraton, payung tari, payung dekoratif untuk hiasan, payung kirab, dan payung kematian. Kualitas yang dihasilkan masih tetap dipertahankan pengrajin misalnya memilih bahan yang baik. Desain payung lukis ini terdiri dari aneka hiasan bunga-bunga dan lain-lain. Selain itu payung lukis ini juga unik dan khas mulai dari bahan, bentuk, corak hingga warna. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khan & Amir (2013) desain produk kerajinan harus sesuai dengan selera dan preferensi pelanggan. Ada tiga jenis desain yaitu, konvensional, modern, kombinasi konvensional dan modern yang

biasanya diadopsi oleh artesis. Desain konvensional adalah desain kuno dan tradisional. Sedangkan desain modern sesuai dengan perubahan preferensi dan selera konsumen. Konvensional dan modern adalah kombinasi dari kedua jenis

Kedua, yaitu *harga/ price* dari payung lukis. Seperti para pengrajin payung lukis ini dalam menjalankan usahanya didesa Tanjung. Pengrajin payung lukis ini menetapkan harga masing-masing payung lukis tidak sama tergantung pada harga bahan baku, tingkat kesulitan dan tingkat seni. Harga jual produk didasarkan pada bahan baku, karena biaya bahan baku yang digunakan akan mempengaruhi biaya produksi payung lukis. Satu payung disini untuk yang paling murah yang kecil itu untuk media lukis itu sekitar Rp. 25.000 an, dan yang paling mahal diatas Rp. 1.000.000 an. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratiwi (2021) produk kerajinan manik-manik di Kelurahan Sipirok Godang Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan memiliki harga yang berbeda-beda di setiap produknya. Pengrajin manik-manik menyesuaikan harga dengan jenis bahan baku, kualitas, ukuran dan tingkat kesukasan dalam proses pembuatannya.

Ketiga, yaitu *proses/ process* pembuatan payung lukis. Pembuatan 1 payung lukis ini membutuhkan waktu kurang lebih 1 minggu tergantung besar atau kecilnya payung. Jika ukuran payungnya agak besar dan modelnya agak sulit akan membutuhkan waktu lama. Jadi untuk konsumen yang ingin membeli produk payung lukis ini biasanya harus memesan terlebih dahulu sesuai yang diinginkan atau yang dibutuhkan. Kemudian dibuatkan payung lukis sesuai dengan pesanan. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Satria (2019) kerajinan tas rajut tali kur merupakan kegiatan produksi yang mengolah bahan dasar tali kur yang mana hasilnya disebut dengan rajutan tali kur. Adapun proses awalnya dengan cara pengukuran tali kur yang sama panjang kemudian di rajut menjadi berbagai barang kerajinan yang hasil kerajinan rajutan tali kur berupa tas anak-anak, tas jinjing dewasa dan bentuk dompet. Adapun waktu yang dibutuhkan proses pembuatannya pada tas anak-anak, dompet ukuran kecil membutuhkan waktu tiga-empat hari sedangkan ukuran tas jinjing dewasa membutuhkan waktu enam hari.

Keempat, yaitu orang/ *people*. Di usaha kerajinan payung lukis ini tidak ada kriteria khusus untuk memilih pengrajin, karena kebanyakan orang yang bekerja disini hanya orang-orang khusus, jadi mereka sebelumnya sudah tahu dan sudah pernah. Jadi kebanyakan pengrajin di usaha kerajinan payung lukis disini orang tua, dan yang bekerja disini juga ada anak muda tetapi di bagian *finishing*. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama et al., (2020) adanya tambahan karyawan juga dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Banyak dari pemilik usaha kue dange dibantu oleh keluarga sehingga tidak memerlukan karyawan untuk menjalankan usaha ini.

### **3.5 Kendala yang dihadapi pengrajin Payung Lukis di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring**

Berdasarkan hasil temuan peneliti dilapangan ada beberapa kendala yang dihadapi para pengrajin. Kendala yang dihadapi pengrajin payung lukis meliputi:

Pertama, kendala dalam strategi pemasaran yang diterapkan di kerajinan Payung Lukis Ngudi Rahayu. Kendala yang dihadapi pengrajin payung lukis ada beberapa kendala misalnya kendala pada sumber daya manusia yang terbatas. Berkurangnya karyawan karena usia yang sudah semakin tua dan sulitnya mencari karyawan baru. Tak hanya itu keterbatasan bahan baku juga menjadi kendala. Bahan baku untuk jeruji dan jaran yaitu bambu dan kayu, yang mana bahan tersebut sulit didapat karena bukan berasal dari Juwiring melainkan dari lereng gunung merapi, tetapi untuk bahan lainnya bisa dibeli di Solo. Kendala yang dihadapi yang terakhir yaitu pada persoalan pemasaran yaitu tempat industri yang begitu jauh dari pusat kota untuk menyalurkan hasil industrinya dan juga banyaknya persaingan payung hias yang lebih jauh dahulu terkenal dan juga berkualitas. Serta kurangnya pemahaman mengenai cara promosi yang efektif. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yana (2014) standar kualitas yang rendah karena masing-masing perajin keramik mengolah sendiri bahan yang digunakan dengan peralatan yang sederhana. Harga bahan bakar yang terus mengalami kenaikan. Perajin kurang memahami kebutuhan dan selera konsumen. Lemahnya jiwa kewirausahaan dan pemahaman perajin terhadap manajemen dan pemasaran

Kedua, kendala yang dihadapi dalam proses pembuatan kerangka payung lukis yaitu harus teliti dalam merangkai sanggan karena ukuran sanggan tidak sama. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Satria (2019) hambatan dalam proses adalah proses pembuatannya yang cukup rumit dan sulit karena dalam proses mengayam atau merajutnya harus membutuhkan ketelitian dan keahlian kerajinan tangan sehingga di dalam proses pembuatannya membutuhkan waktu yang cukup lama dan belum adanya pelatihan keterampilan dari dinas Perindustrian di kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Ketiga, kendala yang dihadapi dalam proses melukis kerangka payung. Kendala dalam melukis yaitu membutuhkan bantuan sinar matahari untuk pengeringan. Setelah kering lukisannya tahap selanjutnya yaitu pengecatan. Proses pengecatan dilakukan 2 kali. Membutuhkan waktu pengeringan kain cat itu lumayan lama. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahayu (2014) tahap akhir dari proses pembatikan. Setelah selesai proses peloro dan kemudian kain dikeringkan di papan pengeringan sambil dihilangkan sisa – sisa lilin yang masih menempel. Penggunaan warna alam dianggap lebih sulit dalam menghilangkan lilin jika dibandingkan dengan penggunaan bahan sintetis. Peloro dan harus dilakukan berkali – kali, hingga lilinnya benar – benar bersih. Untuk tahap pengeringan biasanya mengalami sedikit kendala. Salah satu kendala tersebut yaitu jika cuacanya tidak panas maka proses pengeringan akan berlangsung lebih lama dan warna yang diperoleh sedikit kusam.

### **3.6 Usaha para pengrajin untuk mengatasi kendala yang dihadapi tersebut**

Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan. Ada beberapa usaha yang dilakukan pengrajin payung lukis untuk mengatasi kendala-kendala tersebut sebagai berikut:

Pertama, usaha untuk mengatasi kendala dalam penerapan strategi pemasaran. Usaha untuk mengatasi kendala pada sumber daya manusia yaitu mengajak istri sebagai pengganti tenaga kerja untuk membantu dalam memproduksi payung lukis agar segera selesai dan sembari mencari tenaga kerja baru. Sedangkan usaha untuk mengatasi kendala pada bahan baku yaitu dengan

melakukan efisiensi penggunaan bahan baku mengingat keterbatasan bambu dan kayu yang ada serta harga bahan baku yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Mengambil bahan jeruji seadanya dari pengrajin jeruji tanpa menunggu pesanan banyak Usaha yang terakhir untuk mengatasi kendala pada persoalan pemasaran yaitu belajar menggunakan teknologi dan memasarkan payung lukis lewat online. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat (2012) berbagai upaya dilakukan oleh perajin untuk tetap berusaha mengembangkan usaha kerajinan payung hias. diantara upaya-upaya yang dilakukan adalah: Menetapkan harga payung hias berdasarkan dengan perkiraan bahan baku, tingkat kesulitan dan tingkat seni. Mengambil bahan baku jeruji seadanya dari perajin jeruji tanpa menunggu pesanan banyak.

Kedua, Usaha untuk mengatasi kendala dalam merangkai kerangka payung lukis. Usaha untuk mengatasi kendala saat membuat kerangka payung yaitu untuk memotong bambu harus disesuaikan ukurannya kemudian untuk menjadikan satu sanggan dengan sanggan yang lainnya harus digambar angka terlebih dahulu. Supaya tahu letak sanggan yang tinggi atau pendek. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Satria (2019) solusi dalam proses adalah dengan cara menciptakan dan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti menciptakan mesin pengrajut pada tas rajut tali kur karena selama ini proses pembuatannya masih secara manual atau (handmade) atau kerajinan dengan tangan oleh karena itu diciptakan mesin pengrajut tas rajut tali kur sehingga para pengrajin akan lebih mudah dalam proses pembuatannya dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

Ketiga, Usaha untuk mengatasi kendala dalam melukis payung Ngudi Rahayu. Usaha untuk mengatasi kendala pada saat melukis payung yaitu biasanya kalau tidak ada panas, payung dikeringkan di dalam ruangan. Tetapi jika ada panas payung dikeringkan di luar. Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi (2019) perangkat alat pengering surya didiseminasikan sebagai upaya menjamin keamanan pangan kerupuk untuk sistem jaminan mutu. Kegiatan pengeringan kerupuk sebelumnya dengan menggunakan

matahari yang dihampar pada plastik tanpa penutup sehingga kemungkinan terjadinya kontaminasi melalui udara sangat besar.

#### **4. PENUTUP**

Kesimpulan yang diambil adalah: Strategi pemasaran yang diterapkan di Kerajinan Payung Lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring yaitu dengan menerapkan strategi bauran pemasaran 7P yang meliputi produk, harga, proses, tempat, promosi, bukti fisik, dan partisipan. Kendala yang dihadapi pengrajin payung lukis Ngudi Rahayu di desa Tanjung, Kecamatan Juwiring yaitu pada sumber daya manusia yang terbatas, bahan baku yang sulit didapat, persoalan pemasaran, kendala pada proses pembuatan kerangka dan pada proses melukis payung. Usaha para pengrajin untuk mengatasi kendala tersebut mengambil bahan jeruji seadanya dari pengrajin jeruji tanpa menunggu pesanan banyak, mencari tenaga kerja baru, menyesuaikan ukuran bambu sebelum dipotong dan sebelum merangkai hendaknya digambar angka 8 terlebih dahulu, faktor cuaca mempengaruhi proses pengeringan lukisan serta belajar menggunakan teknologi dan memasarkan payung lukis lewat online.

Implikasi dalam penelitian ini sebagai berikut: jika anda ingin strategi pemasaran yang diterapkan di Kerajinan Payung Lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring menerapkan strategi pemasaran 7P, maka hasil penjualan akan lebih baik. Jika anda ingin kendala yang dihadapi pengrajin payung lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring bisa diatasi maka produksinya jauh akan lebih baik. Jika anda ingin usaha para pengrajin payung lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring dibantu keluarga maka kendala itu akan mudah diatasi.

Saran dalam penelitian ini: bagi Pemerintah Daerah Desa Tanjung dan Pemerintah Daerah Kabupaten Klaten, alangkah baiknya jika pemerintah daerah setempat mampu memberikan modal bagi pengrajin payung lukis Ngudi Rahayu di desa Tanjung Kecamatan Juwiring. Bagi penduduk setempat, usaha pengrajin payung lukis Ngudi Rahayu di Desa Tanjung Kecamatan Juwiring jika memanfaatkan tenaga setempat maka akan menambah pendapatan. Bagi peneliti

selanjutnya, penelitian ini diharapkan untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi bauran pemasaran dari segi bahan baku dan produktifitas usaha kerajinan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Y. S. K. (2019). Peningkatan Mutu Kerupuk Pangan Lokal Pada Usaha Rumah Tangga Di Desa Lingga, Kubu Raya. *Sakai Sambayan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 47
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. CV. Jasmine.
- Hidayat. (2012). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Kerajinan Payung Hias Di Kecamatan Juwiring Kabupaten Klaten*. Universitas Negeri Surakarta. diperoleh dari <https://digilib.uns.ac.id>
- Khan, W. A., & Amir, Z. (2013). Study of Handicraft Marketing Strategies of Artisans in Uttar Pradesh and Its Implications. *Research Journal of Management Sciences*, 2(2), 23–26.
- Khanza, M. (2019). “*Studi Kasus Strategi Bauran Pemasaran Para Pengusaha Rotan Pada Sentra Industri Rotan Di Desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo*”. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diperoleh dari <http://eprints.ums.ac.id>
- Pratama et al. (2020). Analisis Bauran Pemasaran Usaha Kue Tradisional Dange Di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Pratiwi, Z. M. E. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Manik-Manik Di Kelurahan Sapiro Godang Kecamatan Sapiro Kabupaten Tapanuli Selatan*. institut Agama Islam (IAIN) Padangsidimpuan. Diperoleh dari <http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id>
- Rahayu, P. (2014). Eksistensi kerajinan batik tulis dengan pewarnaan alam oleh: puji rahayu. *Jurnal Candi - Jurnal Pendidikan Dan Penelitian Sejarah*, 4(2).
- Satria, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Kerajinan Tali Kur Di Kecamatan Rantau - Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yana, D. (2014). Potensi Kerajinan Keramik Dalam Seni Tradisi Pertunjukan Indonesia. *Panggung*, 24(4).